

Nombre del alumno:

Jennifer Jamilet Ventura Hernández

Nombre del profesor:

Lic. José Enemías de León Morales

Licenciatura:

Enfermería

Grupo:

"A"

Materia:

Proyección profesional

Cuatrimestre y modalidad:

8vo cuatrimestre, Semiescolarizado

Nombre y tema del trabajo:

Cuadro sinóptico del tema:

"Acciones estratégicas para establecer la imagen personal"

ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL

DISCURSO

Como escribir un discurso

Es

El lugar donde se constituye el hablante y se ejercita la lengua.

Para

Significar el mapa enunciativo de las relaciones humanas.

En

La palabra se marca la huella de nuestra personalidad y se desdobra la actitud del texto.

Que

Establece un particular sentido relacionar con los destinatarios.

Es uno de los más grandes retos a los que se pueda enfrentar el ser humano y es que no hay algo que produzca más ansiedad que saber que se tiene que escribir un discurso y no saber de dónde empezar.

Estructura

❖ Introducción

Representa la ventana del mensaje en la cual debe establecer una relación positiva con el público.

❖ Desarrollo

Es el cuerpo del discurso, la parte medular del texto. Aquí se desarrollan las ideas planteadas en la introducción y generalmente se expone la dimensión racional del mensaje.

❖ Clímax

Es la parte más intensa del mensaje y donde se apela a las emociones del público.

❖ Conclusión

Define el cierre discursivo. Es importante que la conclusión sea contundente, pues representa el último anclaje del mensaje.

Claves a considerarse

❖ Anclar la atención del público meta.

❖ Comunicar seguridad

Lo difícil no es convencer, si no estar convencido de lo que se dice.

❖ Presentar información siempre de calidad

❖ Tener una imagen y estilo consistente

❖ No ofender al público

Desarrollar la capacidad para leer en la audiencia, mediante el contacto visual, la recepción positiva o negativa de los mensajes.

❖ Evitar terminar con brusquedad y omitir los finales dobles.

❖ Etc.

Orden y distribución la información

Este plano incide en la forma a través de la cual se produce el razonamiento discursivo.

❖ Inductivo

Ordena la información de lo particular a lo general.

❖ Deductivo

La secuencia informativa se estructura de lo universal a lo particular, presentando un visión general de los acontecimientos, cuyo desarrollo permitirá focalizar de los contenidos del mensaje.

❖ Espacial

La información se estructura a partir de los criterios geográficos que permiten dimensionar las fronteras contextuales del mensaje.

❖ Temporal

Los contenidos se estructuran considerando pautas temporales que distribuyen la información, estableciendo límites de contexto.

❖ Problema-solución

Este razonamiento presenta dos ejes rectores donde se informa acerca de una problemática y se propone una solución al planteamiento formulado que incidirá en la distribución de contenidos.

❖ Causa-efecto

Se estructura el mensaje distribuyendo los contenidos en dos ejes informativos que definen las causas y consecuencias que presenta el acontecimiento discursivo.

Recursos tácticos del discurso

Los recursos son registros que contribuyen a fortalecer la contundencia del mensaje.

❖ Saludo

Presentación del hablante ante el público. Es el punto de partida del protocolo del discurso.

❖ Registro temático

El mensaje puede iniciarse considerando los contenidos rectores que definen el planteamiento del discurso.

❖ Registro circunstancial

Es la situación o coyuntura en la que se presenta el discurso, la cual es representativa por asociación con el contenido del mensaje.

❖ Registro de audiencia

Es el discurso que se presenta haciendo alusión a las necesidades y expectativas del público.

❖ Etc.

ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL

COMPETENCIAS PERSONALES

El sector laboral está dominado en la actualidad por la tecnología y las relaciones virtuales.

- ❖ Adaptabilidad { Afronta los cambios. Las empresas valoran cada vez más la flexibilidad de sus empleados a la hora de hacer frente a cambios o imprevistos y de aportar de forma ágil y eficaz.
- ❖ Aprendizaje { Nunca se sabe lo suficiente. La voluntad de aprendizaje continuo es una competencia muy valorada por las organizaciones.
- ❖ Colaboración { Crea un espíritu de equipo. Aunque seas muy bueno en lo tuyo, haz de ser capaz de trabajar en equipo, de compartir, de colaborar y ayudar a otros de manera coordinada
- ❖ Comunicación { Construye relaciones eficaces y honestas. Una persona competente en materia de comunicación es capaz de transmitir información de manera fluida, clara y veraz.
- ❖ Creatividad { Abre la mente, imagina y sueña. Relacionada con la innovación, la creatividad consiste en tener la capacidad de generar ideas, perspectivas y soluciones.
- ❖ Gestión de la información { Has más con menos. La sociedad actual esta sobrecargada de datos, información y conocimiento.
- ❖ Inteligencia social { Las emociones también cuentan. La inteligencia social o emocional muestra la capacidad de conectar con los demás.
- ❖ Lealtad { El bien común es lo primero. Las empresas buscan empleados comprometidos y leales con la cultura y con los objetivos de la organización, personas que busquen el bien común por encima de sus propios intereses.
- ❖ Etc.

COMPETENCIAS PROFESIONALES

Son todas aquellas habilidades y aptitudes que tiene las personas que les permiten desarrollar un trabajo de forma exitosa.

Tres principales competencias

Competencia de base

Son aquellas que permiten el acceso a una formación o aun trabajo, son los conocimientos básicos que permiten poder acceder a un trabajo.

Competencias técnicas

Hacen referencia a las competencias adquiridas después de haber realizado una formación específica y son específicas de un puesto de trabajo en concreto.

Competencias transversales

Son todas aquellas habilidades y aptitudes que hacen que un trabajador desarrolle de forma eficaz su trabajo. competencias transversales son: trabajo en equipo, responsabilidad, iniciativa, relación interpersonal, disponibilidad para aprender, etc.

Las competencias técnicas de una profesión son valoradas para los empleadores, pero cada vez se valoran más todas aquellas competencias transversales que te ayudan a diferenciarte de los demás y te hacen más apto para un tipo de trabajo

ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA ESTABLECER LA IMAGEN PERSONAL

ORALIDAD

Manejo de la ansiedad

Oralidad o imagen verbal

Es una de las imágenes subordinadas a la imagen personal o institucional que más peso tienen en la conformación de la percepción debido que a los estímulos que la conforman son las palabras en su forma oral o escrita.

Tener

Una buena imagen verbal es requisito indispensable para triunfar en el juego de la vida. Un individuo que sabe expresarse correctamente, independientemente de los estudios profesionales que haya cursado, siempre tendrá ventaja sobre los demás

Para

Poder manejar las sensaciones desagradables de la ansiedad, tal vez les sea útil saber que corresponden a un proceso físico-químico natural del que es prácticamente imposible escapar.

Adrenalina

Nos añade fuerza, resistencia al dolor, valentía y muchas otras cualidades que nos permitirán hacer cosas que normalmente no podríamos y que después de pasado "el susto" nos sorprenderán haber podido hacer lo que hicimos.

Tiene

Efectos físicos secundarios desagradables entre los que se encuentran:

- ❖ Producir sudoración excesiva
- ❖ Movimientos corporales incontrolables como: temblor de piernas y manos, parálisis total o parcial y sensación de asfixia.

Existen

Dos antídotos las cuales son:

- ❖ Respiración

Es la base de un buen funcionamiento orgánico y su práctica correcta mejora nuestro rendimiento físico, mental y espiritual. La respiración profunda, también conocida como diafragmática, se logra al enviar más aire hacia la base de los pulmones y músculo llamado diafragma se mueve por necesidad.
- ❖ Sonrisa

Sabemos que ésta produce un efecto en dos direcciones: hacia fuera y hacia dentro. Recordemos que sonreír es el principal código de comunicación no verbal para transmitir confianza, por lo que si abordamos a nuestra audiencia sonriendo no solamente no percibirán nuestra ansiedad, sino que lo interpretarán como que estamos gozando el momento con gran seguridad y alegría.

Requisitos que debe cumplir todo mensaje

- ❖ Sencillez

Es necesario que adecuemos nuestro mensaje al lenguaje que nuestro público requiere.
- ❖ Conocimiento

La clave maestra para que casi siempre puedan hablar acerca de algo es sólo referirse a lo que saben, lo que sienten, lo que piensan o lo que han vivido.
- ❖ Brevedad

Cuando estamos frente a un expositor que habla de manera precisa y no toma más del tiempo necesario para darnos a conocer su mensaje.
- ❖ Orden

El orden es un requisito indispensable que se debe cumplir para facilitarle a la audiencia el seguimiento de nuestras ideas y se cumple si procuramos seguir un esquema de estructura similar al de una construcción.
- ❖ Convicción

Motivar la acción de una audiencia vendría a ser prácticamente imposible si careciéramos del convencimiento de lo que estamos diciendo.

EXPRESIÓN ESCRITA

Diferencia de lo que decimos hablando, lo que escribimos permanece y dice mucho de nosotros: si nos expresamos mal, si no ponemos intención en nuestras palabras.

Buena formación en comunicación

- ❖ Que te sientas cómodo con la escritura y, por tanto, tardes menos en hacer las cosas.
- ❖ Que comprendas mejor los textos que lees y saques ideas y conclusiones.
- ❖ Que seas capaz de convencer y de conseguir lo que necesitas con tus documentos o tus escritos.
- ❖ Que mejores tu imagen personal y profesional.
- ❖ Que incrementes tus resultados